

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1. Latar Belakang Masalah**

Kajian dalam penelitian ini berangkat dari sikap yang menggunakan teori S-O-R. Teori S-O-R merupakan singkatan dari *Stimulus-Organism-Response* yaitu sebuah proses komunikasi yang muncul setelah adanya *stimulus* berupa pesan yang diterima *organism* sebagai komunikan sehingga dapat menghasilkan suatu *response* atau efek dari sebuah proses komunikasi (Effendy, 2007:254). Teori S-O-R ini berfokus pada sebuah proses komunikasi yang mampu menunjukkan bagaimana perubahan perilaku sikap dari komunikan. Maka peneliti menggunakan Teori S-O-R untuk membedah penelitian karena memiliki fokus pada perubahan sikap seseorang.

Dalam sebuah proses komunikasi, terdapat proses pertukaran pesan yang dibawa oleh komunikator kepada komunikan sebagai tujuan dari komunikasi. Proses ini menimbulkan sebuah efek tersendiri bagi komunikan, komunikan dalam penelitian ini adalah publik atau masyarakat yang dapat merespon sikap secara positif maupun negatif. Dalam merespon suatu sikap ada tiga komponen efek yaitu efek kognitif (apa yang diyakini), efek afektif (pernyataan afeksi) dan efek konatif (sebuah tindakan). Komunikasi yang dilakukan secara efektif akan dapat membentuk sebuah sikap sesuai dengan yang direncanakan (Azwar, 2016 : 6-8)

Effendy menjabarkan tiga efek pengukur sikap yaitu, Efek kognitif merupakan efek yang timbul dipikiran seseorang dengan tujuan untuk memberikan pesan sehingga yang semula tidak tahu, yang semula merasa tidak jelas, yang semula merasa tidak mengerti, kemudian menjadi tahu, jelas dan mengerti. Efek afektif merupakan efek lanjutan dari efek kognitif yaitu berhubungan dengan perasaan seseorang. Perasaan itu muncul akibat dari komunikasi telah menerima sebuah pesan yang disampaikan oleh komunikator dan menimbulkan perasaan tertentu. Efek konatif yang menjadi efek terakhir yaitu berhubungan dengan niat, tekad, upaya, usaha yang cenderung menjadi kegiatan atau tindakan seseorang. (Effendy, 2007:318-319).

Dalam menilai sesuatu manusia mencerminkannya lewat sikap yang dikeluarkan olehnya. Hal tersebut menjadi sangat penting bagi perusahaan yang mengadakan suatu program CSR untuk mengetahui respon dari *audience*. (Halim, Vol 3, 2015:1). Dalam prosesnya manusia akan merespon suatu hal yang didapat dengan berbagai macam efek, efek yang dihasilkan saling berkaitan antara efek yang satu dengan yang lainnya. Louis Thurstone (1928), Rensis Likert (1932), dan Charles Osgood mengatakan bahwa sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap seseorang terhadap suatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak (*favorable*) maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (*unfavorable*) pada objek tersebut. (Berkowitz. 1972 dalam Azwar, 2016 : 5).

Pembentukan sikap yang diinginkan oleh perusahaan yang melakukan kegiatan *Corporate Sosial Responsibility* tentunya adalah sikap positif atau menguntungkan, karena sikap itulah yang dapat membawa

reputasi atau *image* perusahaan menjadi baik di mata publik (Wibisono, 2007 : 84). Dalam hal ini kegiatan *Public Relations* sangat dibutuhkan dalam membentuk sikap publik dan menciptakan rasa saling pengertian. Maksudnya adalah memastikan bahwa perusahaan senantiasa dimengerti oleh publiknya, dengan adanya kata saling maka perusahaan juga harus memahami kepentingan publiknya. (Jefkins, 1995:8-9).

Salah satu kegiatan dari *Public Relations* adalah melakukan program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) yang dibuat untuk mengatasi persoalan-persoalan sosial yang terjadi di lingkungan sekitar perusahaan. (Kriyantono, 2016:16). Disinilah peran dari *Public Relations* PT. Telkom Indonesia bekerja untuk melakukan dan melaksanakan program CSR sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan.

Fasilitas umum atau sarana publik sangat dibutuhkan oleh masyarakat yang tinggal di kota besar, khususnya fasilitas umum yang dapat digunakan dengan nyaman dan tanpa dipungut biaya. Melihat hal itu PT. Telkom Indonesia melaksanakan salah satu program CSR nya yaitu BUMN Hadir untuk Negeri yang bersinergi dengan 5 BUMN lainnya seperti PT. Petrokimia Gresik, PT. Garam, Perum Jasa Tirta 1, SIER, dan PT Boma Bisma Indra. Dalam CSR pembangunan TPA dan PPT (PAUD) Ceria ini PT. Telkom Indonesia berwenang sebagai BUMN PIC sekaligus bertugas untuk meresmikan Ceria bersama Walikota Surabaya Tri Rismaharini dan perwakilan dari BUMN Co-PIC lainnya. Program CSR ini juga turut hadir sebagai wujud dalam memperingati HUT RI yang ke 71 pada tahun 2016.

**Gambar I.1**  
**Peresmian TPA dan PPT (PAUD) Ceria**



Sumber : Swa.co.id

Program CSR ini merupakan realisasi dari visi dan misi PT. Telkom Indonesia salah satunya untuk pembangunan sarana fasilitas umum dan pendidikan bagi masyarakat Kota Surabaya, khususnya di Pasar Wonokromo. Hal ini termasuk wujud kepedulian dan tanggung jawab yang telah sesuai dengan komitmen program CSR mereka, yang mengacu pada 3 pilar utama dan perwujudan dalam program 7 bidang. Hadirnya Tempat Penitipan Anak (TPA) dan PPT (PAUD) Ceria ini bertujuan untuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi pedagang di Pasar Wonokromo, terlebih saat mereka melakukan aktivitas di area pasar tanpa kuatir anak-anak mereka akan hilang dan tersesat. ([www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id), diakses pada tanggal 20 Januari 2018)

Gambar I.2

Walikota Surabaya dan Direksi PT Telkom Indonesia di Ceria



Sumber : Swa.co.id

Subjek dalam penelitian ini adalah Pedagang Pasar Wonokromo Surabaya, karena program pelaksanaan dan pembangunan TPA dan PPT (PAUD) Ceria ini berada di dalam area Pasar Wonokromo yang berlokasi di Kecamatan Wonokromo Surabaya.

Tabel I.1

Data Jumlah Pedagang Pasar Wonokromo Surabaya

No	Tempat	Jumlah
1.	Lantai Dasar Atas (LDA)	1.337 Pedagang
2	Lantai Dasar Bawah (LDB)	1.008 Pedagang
Total		2.345 Pedagang

Sumber : Kantor Pasar Wonokromo

Berdasarkan data dari Kantor Pasar Wonokromo, menyatakan bahwa ada 5 sektor kawasan di Wonokromo yaitu, sektor pemukiman 2,9%, sektor perdagangan 60,9%, sektor fasilitas umum 20,9%, sektor industri 0,5%, dan lain-lain 14,8% dengan jumlah sektor 100%. Menurut data tersebut yang mendominasi kawasan Wonokromo adalah sektor perdagangan yang berpusat di Pasar Wonokromo Surabaya.

**Tabel 1.2**  
**Data Umum Pasar Wonokromo Surabaya**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>
<b>Luas Lahan (m2)</b>	<b>17.000</b>
<b>Luas Bangunan (m2)</b>	<b>10.584</b>
<b>Jumlah Stand</b>	<b>3.890 / L = 12.056 (m2)</b>
<b>Jumlah Kios</b>	<b>2.345 / L = 9.014 (m2)</b>
<b>Jumlah Los</b>	<b>1.496 / L = 3.042 (m2)</b>
<b>Status Tanah</b>	<b>PD Pasar Surya</b>

Sumber : Kantor Pasar Wonokromo

Berdasarkan data dari Kantor Pasar Wonokromo di atas, jumlah tersebut merupakan data sensus yang dilakukan pada tahun 2016. Banyaknya jumlah pedagang di Pasar Wonokromo Surabaya membuat pasar ini dijadikan tempat untuk memasok bahan baku yang akan dijual kembali oleh pedagang-pedagang kecil di pasar sekitar wilayah Kota Surabaya, masyarakat banyak menyebutnya pasar singgah.

TPA dan PPT (PAUD) Ceria ini awalnya dibangun pada tanggal 5 Mei 2005, dan awal berdiri hanya ada TPA saja pada waktu itu, Tempat Penitipan Anak (TPA) ini terletak di ujung tenggara lantai dasar bawah (LDB) Pasar Wonokromo Surabaya. Luasnya kurang lebih sekitar 7 x 20 meter, walaupun terdengar luas tapi ruangan ini tidak mudah dilihat karena

tertutup oleh stand pedagang buah-buahan dan makanan basah. TPA memang sengaja digratiskan agar para pedagang di Pasar Wonorkomo mau menitipkan anak-anak mereka di TPA, hal ini dilakukan agar anak-anak mereka tidak berkerliaran di Toko dan area pasar tanpa pengawasan. Empat bulan setelah itu barulah didirikan PPT (PAUD) Ceria tepat tanggal 1 September 2005 yang awalnya juga dikhususkan bagi para pedagang, namun karena semakin banyak peminatnya maka PAUD ini dibuka juga untuk pengunjung dan warga sekitar Pasar Wonokromo Surabaya.

**Gambar I.3**

**Akses masuk lokasi TPA dan PPT (PAUD) Ceria**



Sumber : Dokumentasi Peneliti

Menurut Observasi peneliti pada tanggal 10 November 2018, akses menuju Ceria berada di LBD Pasar Wonkromo Surabaya dan melewati stand makanan ringan, makanan basah dan buah-buahan. Seperti foto dokumentasi di atas dapat digambarkan bahwa lokasi Ceria sangat terpencil di ujung gang atau lorong LBD Pasar Wonokromo.

Lokasi yang berada di lantai dasar pasar membuat TPA dan PPT (PAUD) Ceria sering kali dijadikan tempat pembuangan akhir bagi para pedagang, seperti kardus-kardus bekas, keranjang rotan, bahkan sampah sisa bahan dagangan mereka. Tidak hanya itu terkadang mereka juga menemukan adanya kotoran manusia dalam pampers dan kotoran hewan yang berceceran di sekitar Ceria. Bukan hanya dari kebersihan saja tapi dari segi keamanan yang sangat minim membuat keadaan Ceria semakin mengalami penurunan, dalam kurun waktu 11 tahun Ceria berdiri dicatat ada 2 kasus kehilangan yaitu laptop tenaga pengajar Ceria. Selain itu lokasi Ceria yang berada di bawah pas tandon air membuat ruang kelas Ceria sering kali mengalami kebocoran.

**Gambar I.4**

**Lokasi TPA dan PPT (PAUD) Ceria**



Sumber : Dokumentasi Peneliti



Keadaan TPA tidak selalu ramai karena bergantung pada sepi atau tidaknya stand para pedagang pasar. TPA sempat sepi selama 2 tahun terakhir karena tidak ada sama sekali yang menitipkan anak-anak mereka. Karena TPA ini dikhususkan untuk para pedagang jadi kalau tidak ada anak-anak pedagang yang dititipkan maka TPA juga tidak akan berjalan. Beda dengan PAUD yang bisa dibuka untuk umum jadi keberadaannya masih tetap bertahan.

Pada Agustus 2016 Ceria berhasil dihidupkan kembali berkat bantuan BUMN bersinergi, kini keadaan Ceria sangat jauh berbeda dengan yang dahulu. Ceria berhasil hadir dengan wajah baru yang dibuka setiap hari Senin, Rabu dan Jumat pada pukul 07.00 s/d 16.00 WIB. Beberapa fasilitas baru seperti ruang tidur bayi, ruang ibu menyusui, ruang belajar dan ada berbagai sentra. Sentra musik dilengkapi dengan alat musik ukulele, angklung, *keyboard*, terompet, dan lain-lain. Sentra balok digunakan untuk ruang belajar berhitung dan menyusun balok-balok kayu, serta ada ruangan bermain yang dilengkapi dengan karpet puzzle empuk. Hadirnya wajah baru ini membuat anak-anak di Ceria semakin betah dan tidak mau pulang, seringkali mereka melebihi jadwal-jadwal kelas yang sudah ditentukan. ([www.Jawapos.com](http://www.Jawapos.com), diakses pada tanggal 20 Januari 2018)

Menurut data yang didapat peneliti dalam wawancara dengan salah satu pedagang buah di lokasi sekitar Ceria bernama Sri Wohma, 47 tahun pada tanggal 18 Januari 2018. Hasilnya menjelaskan bahwa keadaan Ceria dahulu tidak sebaik dan sebagus saat ini ketika PT. Telkom bersama BUMN Sinergi datang untuk melakukan program CSR. Lokasi Ceria sangat kumuh, panas, dan tidak layak dikatakan sebagai tempat untuk

belajar dan mengajar bagi anak usia dini, Wohma merupakan satu dari beberapa pedagang yang mau menitipkan anak mereka di Ceria. Masih banyak pedagang yang belum mau ikut serta memanfaatkan keberadaan Ceria, mereka masih menganggap ketika anak-anak berada di toko atau stand adalah tempat yang paling layak dan nyaman karena dekat dengan orang tua.

Ceria berhasil hadir dengan wajah baru, mulai dari fungsi sampai kegunaannya, untuk membuat warga pasar mengetahui perubahan Ceria banyak langkah yang telah dilakukan. Hasil dari wawancara peneliti dengan kepala pengajar dan pengurus Ceria bernama Dewi Asiyah, 58 tahun pada tanggal 18 Januari 2018. Dewi mengatakan bahwa setiap satu minggu sekali anak-anak selalu diajak untuk berkeliling di area Pasar Wonokromo, selain untuk mengenalkan anak-anak kepada lingkungan hal ini juga mampu membuat warga pasar tertarik untuk mencari tahu kehadiran Ceria. Selain itu setiap periodenya Ceria selalu membagikan selebaran penerimaan murid baru kepada warga Pasar Wonokromo khususnya ibu-ibu, hal ini dilakukan agar mereka sadar akan pendidikan usia dini dan mau menitipkan anaknya di Ceria.

PT Telkom Indonesia juga sudah melakukan sosialisasi terkait program CSR nya dengan cara melakukan publikasi di web resmi PT Telkom Indonesia dan dengan adanya pemberitaan positif di media-media lokal maupun nasional seperti, Jawa Pos, Surya, Tribun Jatim, SWA, Detik.com.

Pembangunan TPA ini menjadi terobosan baru bagi Tri Rismaharini selaku Walikota Surabaya dia mengatakan dalam wawancaranya dengan News Detik.com, pada tanggal 14 Agustus 2016 :

“TPA yang ada di dalam pasar ini merupakan TPA yang diklaim pertama kali tidak hanya di Surabaya, tetapi di Indonesia. Saya mendengar cerita kalau di Kolombia sana, ibu-ibu bisa memilih waktu atau jam untuk bekerja karena tidak adanya tempat penitipan bagi anak-anak mereka”. (Minggu, 14/8/2016).

Menurut Tri Rismaharini, TPA ini dibangun dengan sangat serius oleh Telkom Indonesia dan jajaran BUMN lainnya terlihat dari fasilitas ruangan kelas, fasilitas ruangan ibu menyusui, fasilitas buku-buku pelajaran (perpustakaan), fasilitas ruangan bermain anak-anak yang dilengkapi dengan AC. Tidak hanya itu PT Telkom Indonesia sengaja memasok fasilitas CCTV khusus di beberapa titik untuk Ceria agar tingkat keamanan terus terjaga saat proses belajar mengajar berlangsung, ujar Abdus Somad selaku Dirut Network & IT Solution PT Telkom Indonesia. (www.News.Detik.com, diakses pada tanggal 20 Januari 2018)

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di Indonesia wajib melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang sudah dituangkan melalui keputusan Menteri BUMN nomor Per-05/MBU/2007. Prinsipnya BUMN dapat menyelenggarakan Program kemitraan dan Program Bina Lingkungan atau disingkat PKBL. Program Bina Lingkungan diberikan dalam bentuk bantuan korban bencana alam, pendidikan atau pelatihan, peningkatan kesehatan, pengembangan prasarana atau sarana umum dan tempat ibadah (Wibisono, 2007 : 89).

Telkom Indonesia adalah BUMN telekomunikasi serta penyelenggara layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia, karena merupakan perusahaan milik negara mayoritas pemegang sahamnya adalah Pemerintah Republik Indonesia. Berdasarkan Anggaran Dasar

Perusahaan, ruang lingkup kegiatan perusahaan adalah menyelenggarakan jaringan dan layanan telekomunikasi, informatika serta optimalisasi sumber daya perusahaan. (www.Telkom.co.id, diakses pada tanggal 20 Januari 2018)

*Corporate Sosial Responsibility* merupakan salah satu cara komunikasi perusahaan dengan publiknya. *Corporate Sosial Responsibility* merupakan proses komunikasi dengan pihak eksternal perusahaan, *Corporate Sosial Responsibility* dilakukan untuk membangun dan juga mempertahankan hubungan baik dengan publik. Dengan melakukan *Corporate Sosial Responsibility* yang sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan publik, maka perusahaan secara tidak langsung mewujudkan perhatian kepada publik eksternal. Dari kegiatan *Corporate Sosial Responsibility* yang dilakukan dapat membentuk sikap publik, bisa sikap yang positif maupun sikap negatif tergantung komunikasi yang dijalankan oleh perusahaan. (Florensia jurnal Vol.1, 2013:2).

Kini dunia usaha tidak lagi hanya mempertimbangkan catatan keuangan semata, melainkan sudah meliputi aspek keuangan, aspek sosial, dan aspek lingkungan yang biasa disebut konsep 3P (*triple bottom line*). Strategi dari tiga elemen ini merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Dan salah satu elemen dari pembangunan yang berkelanjutan adalah *Corporate Sosial Responsibility* (CSR). (Rusmin, Allimuddin, dan Sultan jurnal Vol. 4, 2015:375).

Menurut John Elkington melalui konsep “3P” (*Profit, People, dan Planet*) berpendapat bahwa yakni sebuah perusahaan tidak cuma (*profit*) saja yang diburu, melainkan juga harus memberikan kontribusi positifnya

kepada masyarakat (*people*) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*Planet*) (Wibisono, 2007:6).

CSR yang dilakukan oleh PT. Telkom Indonesia sudah memenuhi 2 konsep dari 3P (*triple bottom line*). *Profit* yang digunakan untuk pembangunan tersebut merupakan sebagian dari dana laba BUMN sinergi. *People* disini adalah adanya sarana pendidikan dini yang membuat SDM anak-anak Pedagang Pasar Wonkromo menjadi jauh lebih baik dan dapat terus berlanjut. *Planet* tidak tercapai di CSR ini, karena TPA dan PPT (PAUD) Ceria tidak ada hubungannya dengan pelestarian lingkungan. Namun PT Telkom Indonesia telah melakukannya di CSR lain yaitu *Biopory Day* dan Penanaman Bibit Pohon. Tetapi pembangunan kembali fasilitas umum yang sudah terbengkalai dan tidak terawat ini juga merupakan kepedulian kepada lingkungan sekitar.

Melihat reaksi yang beragam dari Pedagang Pasar Wonokromo mengenai program CSR pembangunan TPA dan PPT (PAUD) Ceria PT Telkom Indonesia ini, maka sikap mereka mengenai program ini menjadi kajian yang patut untuk diteliti oleh peneliti. Terlebih lagi banyaknya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perubahan sikap seseorang antara lain pengalaman pribadi, pengaruh orang lain yang dianggap penting, pengaruh kebudayaan, media massa, lembaga pendidikan dan lembaga agama, serta pengaruh faktor emosional (Azwar, 2016 :30-38).

Peneliti menemukan penelitian terdahulu dengan permasalahan yang hampir sama dengan penelitian ini, baik dari segi subjek maupun objek penelitian terkait dengan CSR. Penelitian tersebut milik Evi Yunita (2016) berjudul “*Sikap warga Kramatinggil di Gresik mengenai program Corporate Sosial Responsibility (CSR) “Bank Sampah Kramatinggil*

*Bersinar (BSKB)*" Fakultas Ilmu Komunikasi dari Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penelitian ini berfokus untuk mengetahui sikap warga Kramatinggil dalam program CSR Bank Sampah Kramatinggil Bersinar (BSKB) yang dilakukan oleh PT. Pembangkitan Jawa-Bali (PJB) Unit Pembangkitan (UP) Gresik.

Penelitian kedua terkait dengan sikap milik Oka Asa Briliane (2015) berjudul "*Analisis Sikap penerima program CSR Go Green Blue Vision Departement humas PT Pupuk Kaltim*" Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik jurusan Komunikasi Universitas Airlangga Surabaya. Penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana Sikap atau komponen afektif yang muncul dari penerima program CSR *Go Green Blue VisionDepartement* humas PT Pupuk Kaltim. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa sebagian besar atau mayoritas penerima memiliki sikap positif sebanyak 85,9% terhadap program CSR *Go Green Blue VisionDepartement* humas PT Pupuk Kaltim.

Perbedaan dua penelitian sebelumnya dengan penelitian peneliti berjudul Sikap Pedagang Pasar Wonokromo mengenai Program *Corporate Social Responsibility* PT. Telkom Indonesia "TPA dan PPT (PAUD) Ceria" Pasar Wonokromo yang pertama adalah subjek dari dua penelitian tersebut dengan penelitian ini sangat berbeda. Subjek penelitian pertama yakni Warga Kramatinggil dan yang kedua penerima program CSR *Go Green Blue Vision Departement* humas PT Pupuk Kaltim. Sedangkan subjek penelitian peneliti adalah Pedagang Pasar Wonokromo Surabaya.

Perbedaan lainnya yakni terletak pada program CSRnya yaitu, yang pertama menggunakan program CSR Bank Sampah dan yang kedua menggunakan program CSR *Go Green Blue Vision*. Keduanya sama-sama

menggunakan program lingkungan hidup atau berkaitan dengan alam, sedangkan penelitian ini berkaitan dengan fasilitas umum dan pendidikan.

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan metode penelitian adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif ini peneliti hanya akan meneliti sikap warga Pedagang Pasar Wonokromo mengenai program CSR TPA dan PPT (PAUD) Ceria.

#### I.2. Rumusan Masalah

Apa Sikap Pedagang Pasar Wonokromo mengenai program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Telkom Indonesia “TPA dan PPT (PAUD) Ceria”.

#### I.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Sikap Pedagang Pasar Wonokromo mengenai Program *Corporate Social Responsibility* PT. Telkom Indonesia “TPA dan PPT (PAUD) Ceria”.

#### I.4. Batasan Penelitian

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Subjek Penelitian : Pedagang Pasar Wonokromo
2. Objek Penelitian : Sikap mengenai program pembangunan CSR TPA dan PPT (PAUD) Ceria
3. Tempat Penelitian : Pasar Wonokromo Surabaya

### I.5. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian terdiri dari 2 yaitu, akademik dan praktis:

- a) Manfaat Akademik : Untuk memperkaya penelitian dalam kajian komunikasi korporasi, khususnya Sikap masyarakat mengenai program *Corporate Social Responsibility* perusahaan dalam bentuk fasilitas umum dan sarana pendidikan.
- b) Manfaat Praktis : Penelitian ini dapat memberikan masukan informasi serta evaluasi pada program *Corporate Social Responsibility* yang telah dilakukan oleh PT. Telkom Indonesia.